

**ANALISIS PENGARUH LINGKUNGAN FISIK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Empiris di Angkringan Modern Playground Solo)



Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

ANNISA ROSITA PUTRI

B100140392

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH LINGKUNGAN FISIK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Empiris di Angkringan Modern Playground Solo)

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

ANNISA ROSITA PUTRI

B100140392

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Soepatini, SE., M.Si., Ph.D

HALAMAN PENGESAHAN
**ANALISIS PENGARUH LINGKUNGAN FISIK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Empiris di Angkringan Modern Playground Solo)

Oleh:

ANNISA ROSITA PUTRI

B100140392

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 6 Januari 2018

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dra. Mukharomah, M.M.
(Sekertaris Dewan Penguji)
3. Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D.
(Anggota Dewan Penguji)



**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



(Dr. Samsudin, M.M.)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu persuruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 15 Januari 2018



ANNISA ROSITA PUTRI

B100140392

ANALISIS PENGARUH LINGKUNGAN FISIK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Empiris di Angkringan Modern Playground Solo)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh lingkungan fisik, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening di Angkringan Modern Playground Solo. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuisisioner atau engket. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Non-Probability Sampling*. Sedang teknik pengambilan sampel menggunakan metoden *purposive sampling* terhadap 100 konsumen yang datang ke angkringan modern Playground Solo berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti. Analisis terhadap data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi (R^2), uji F, uji t, serta analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening di angkringan modern Playground Solo, sedangkan variabel lingkungan fisik dan persepsi harga tidak signifikan.

Kata Kunci: lingkungan fisik, kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of the influence of physical environment, service quality, and price perceptions on customer loyalty with customer satisfaction as the intervening variable of modern angkringan Playground Solo. The data were collected using questionnaire or questionnaire instrument. In this study the researchers used the technique of Non-Probability Sampling. While the sampling technique using purposive sampling method to 100 consumers who come to modern angkringan Playground Solo based on specific criteria set by researches. Analysis of the data obtained in the form of quantitative analysis. Quantitative analysis includes validity and reliability test, classic assumption test, determination coefficient test (R^2), F test, t test, and path analysis. The result of this study indicated that service quality variables have positive and significant impact on consumer loyalty with consumer satisfaction as intervening variable in angkringan modern Playground Solo, while physical environment variable and price perception are not significant.

Keywords: physical environment, service quality, price perception, consumer satisfaction, consumer loyalty.

1. PENDAHULUAN

Bisnis kuliner menghadapi persaingan yang semakin kuat dan sangat ketat. Selain itu, konsumen telah menjadi lebih canggih, konsumen lebih mengenal makanan, dan juga mereka semakin lebih memilih makanan yang dibutuhkan. Konsumen tidak rela mengorbankan uang untuk lingkungan atau layanan yang buruk. Pengalaman menikmati secara keseluruhan, baik melalui harga yang dibayarkan dalam hubungannya dengan suasana nyaman dan layanan yang berkualitas perlu dicapai untuk kepuasan konsumen dalam membentuk adanya sebuah loyalitas pada konsumen. Karena konsumen yang loyal adalah konsumen yang sangat puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan (Samarwan dalam Tyas Catur dkk, 2014).

Mengingat berkembangnya usaha dibidang kuliner menjadikan konsumen datang tidak hanya memenuhi kebutuhannya yaitu makan dan minum. Tetapi, tempat tersebut bisa digunakan sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, bahkan melakukan prospek sebuah bisnis. Sehingga kebutuhan makan dan minum saat berada diluar bisa dikatakan bertambah luas fungsinya, yang tidak hanya sekedar menyantap makan dan minum diluar rumah. Dengan demikian, penyedia layanan telah berfokus untuk mencapai loyalitas konsumen dengan memberikan nilai tinggi dengan mengidentifikasi dan meningkatkan faktor penting yang menentukan loyalitas (Yang and Peterson, 2004).

Perusahaan mulai memanfaatkan hubungan perusahaan dengan konsumen untuk mendapatkan informasi khusus tentang konsumen agar lebih memahami apa yang mereka butuhkan, sehingga perusahaan lebih leluasa melayani sesuai dengan harapan konsumen. Banyak konsumen memiliki harapan daya tarik fasilitas makan, pelayanan cepat, tingkat kualitas pelayanan yang dapat diterima, harga yang bisa dijangkau, yang nantinya dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang datang. Hal ini searah dengan upaya perusahaan dalam memenangkan persaingan, bahwa kunci persaingan dalam pasar global adalah kualitas total, yang mencakup penekanan pada: kualitas produk, kualitas biaya/harga, kualitas pelayanan, kualitas penyerahan tepat waktu, kualitas moral, dan mungkin bentuk-bentuk kualitas lainnya yang terus menerus berkembang, guna memberikan kepuasan terus menerus kepada konsumen, sehingga mampu menciptakan loyalitas konsumen (Vincent, 1997).

Meningkatkan kepuasan konsumen salah satu hal yang menjadi tujuan setiap perusahaan. Usaha menciptakan dan mempertahankan konsumen menjadi prioritas bagi perusahaan. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya (Kotler dan Armstrong, 2011). Upaya

mempertahankan loyalitas konsumen ini merupakan upaya strategis yang lebih efektif dibandingkan dengan upaya menarik pelanggan baru (Rangkuti, 2002).

2. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan melakukan uji hipotesis. Pengumpulan data menggunakan instrumen kuisioner terhadap 100 konsumen yang datang di angkringan modern Playground Solo. Teknik pengambilan sampel menggunakan Non-Probability sampling dengan metode pengambilan sampel purposive sampling kriteria konsumen minimal 2 kali datang di angkringan modern Playground Solo.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	44	44%
Perempuan	56	56%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Usia Responden		
Usia	Jumlah	Presentase
< 20 tahun	23	23%
21 – 25 tahun	51	51%
26 – 30 tahun	18	18%
31 – 35 tahun	5	5%
> 35 tahun	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Pekerjaan Responden		
Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	57	57%
Pegawai Negeri	12	12%
Pegawai Swasta	18	18%
Wiraswasta	8	8%
Lain-lain	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
SMA	57	57%
DIPLOMA	18	18%
S1	23	23%
S2	2	2%
S3	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Kunjungan ke Playground Solo

Kunjungan ke Playground Solo	Jumlah	Prosentase
2 kali	17	17%
3 kali	21	21%
4 kali	30	30%
>4 kali	32	32%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

3.2 Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi persamaan 1 bertujuan untuk menguji hipotesis dan sejauh mana pengaruh lingkungan fisik, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. Menurut hasil pengolahan data menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.1

Hasil Regresi Persamaan 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.052	3.501		2.014	.047
Lingkungan Fisik	.015	.055	.026	.266	.791
Kualitas Pelayanan	.269	.076	.354	3.556	.001
Persepsi Harga	.056	.106	.050	.525	.601

Sumber: data SPSS, 2017

Variabel Dependen: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 3.1 diperoleh regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,052 + 0,015LF + 0,269KP + 0,056PH + e$$

Tabel 3.2
Hasil Regresi Persamaan 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standard Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,120	2,898		0,732	0,466
Lingkungan Fisik	0,006	0,045	0,010	0,124	0,901
Kualitas Pelayanan	0,156	0,065	0,200	2,397	0,018
Persepsi Harga	-0,054	0,086	-0,047	-0,626	0,533
Kepuasan Konsumen	0,610	0,083	0,591	7,373	0,000

Sumber: data SPSS, 2017

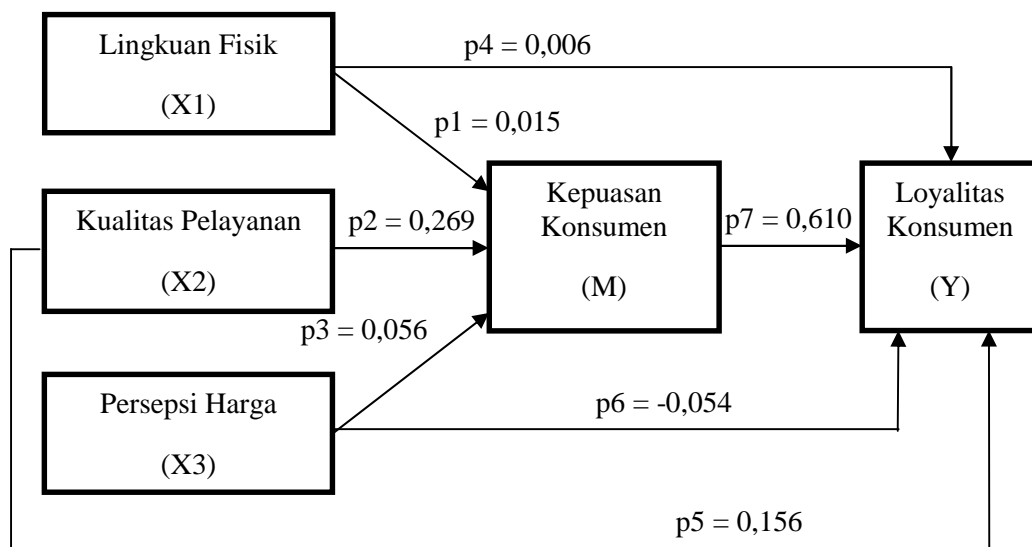
Variabel Dependen: Loyalitas Konsumen

Berdasarkan tabel 3.2 diperoleh regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,120 + 0,006LF + 0,156KP + (-0,054)PH + 0,610KK + e$$

3.3 Analisis Jalur

Model Empirik Penelitian dengan Koefisien Jalur



3.4 Pembahasan

3.4.1 Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Angkringan Modern Playground Solo

Berdasarkan analisis lingkungan fisik tidak mempengaruhi kepuasan konsumen angkringan modern Playground Solo. Dengan

demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa lingkungan fisik dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara empiris tidak cukup bukti untuk diterima.

Berbeda hasil penelitian yang dilakukan oleh Heesup Han dan Kisang Ryu (2009) tentang *The Roles of The Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in The Restaurant Industry*, hasil penelitian menyatakan bahwa lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Menurut konsumen yang datang ke angkringan modern Playground Solo beranggapan bahwa lingkungan fisik yang ada di angkringan modern Playground Solo dengan angkringan-angkringan modern yang lainnya hampir sama. Lingkungan fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena konsumen tidak hanya mencari lingkungan fisik yang baik saat mereka mencari tempat untuk makan. Banyak hal-hal lain yang mempengaruhi dalam membentuk sebuah kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wilianto, Susanto, dan Siaputra (2017) tentang Pengaruh *Physical Environment* terhadap *Customer Satisfaction* yang Membentuk *Behavioral Intention* di Domi Deli Restaurant Surabaya, yang menunjukkan bahwa lingkungan Fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Angkringan Modern Playground Solo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen angkringan modern Playground Solo. Maka pada penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (M)”.

Penelitian yang dilakukan oleh Iksan Ongko Widjoyo, dkk (2013) tentang Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya, hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Melayani konsumen dengan baik adalah keinginan setiap perusahaan agar konsumen merasa nyaman selama berada di angkringan modern. Ketika konsumen merasa nyaman mereka akan merasakan kepuasan yang didapat atas pelayanan yang baik dari angkringan modern Playground Solo kepada konsumen. Konsumen yang puas nantinya akan sangat menguntungkan bagi pelaku bisnis untuk waktu yang akan datang.

3.4.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Angkringan Modern Playground Solo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen angkringan modern Playground Solo. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa persepsi harga dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara empiris tidak cukup bukti untuk diterima.

Berbeda hasil penelitian yang dilakukan oleh Heesup Han dan Kisang Ryu (2009) tentang *The Roles of The Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in The Restaurant Industry*, hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pada penelitian ini persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dikarenakan seorang konsumen saat mereka sudah merasakan kepuasan atas apa yang diberikan angkringan modern Playground Solo, maka berapapun harga yang ditetapkan nantinya konsumen akan tetap membayarnya. Kepuasan

konsumen tidak didasari hanya dengan harga yang ditetapkan oleh suatu angkringan modern. Konsumen akan rela membayar demi mendapatkan rasa puas yang diinginkannya. Harga yang dibayarkan konsumen harus sesuai dengan atas apa yang didapat konsumen dari angkringan modern agar konsumen merasa puas. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Criso et., al (2017) tentang *The Influence of Price, Service Quality, and Physical Environment on Customer Satisfaction*, menunjukkan bahwa persepsi harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen

3.4.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Angkringan Modern Playground Solo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen angkringan modern Playground Solo. Maka pada penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “Kepuasan Konsumen (M) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y)”.

Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian yang dilakukan oleh Heesup Han dan Kisang Ryu (2009) tentang *The Roles of The Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in The Restaurant Industry*, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan variabel mediasi yang penting untuk menciptakan loyalitas konsumen. Hal ini menjadi penting karena, kepuasan konsumen merupakan variabel perantara yang mengindikasikan bahwa munculnya rasa loyal seorang konsumen disebabkan adanya rasa kepuasan yang didapat konsumen dari atas apa yang telah diberikan pihak angkringan modern yang dinilai konsumen baik dimata mereka. Semakin konsumen merasa puas

maka semakin meningkat rasa loyalitas seorang konsumen terhadap angkringan modern.

3.4.5 Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Konsumen Angkringan Modern Playground Solo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan fisik tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen angkringan modern Playground Solo. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa lingkungan fisik dapat meningkatkan loyalitas konsumen secara empiris tidak cukup bukti diterima.

Berlawanan dengan hasil penelitian Kisang Ryu dan Heesup Han (2010) tentang *Influence of The Quality of Food, Service, and Phsyical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-casual Restaurants*, yang menyatakan lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Lingkungan fisik tidak dapat secara langsung mempengaruhi loyalnya konsumen, ada berbagai tahap yang membuat konsumen loyal dengan angkringan modern. Hal ini mengindikasi bahwa lingkungan fisik yang baik ternyata belum tentu mempengaruhi konsumen nantinya akan loyal kepada angkringan modern. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Chang (2000) tentang *The Impact of Perceived Physical Environments on Customer Satisfaction and Return Intentions*, menunjukkan bahwa lingkungan fisik tidak berpengaruh terhadap minat kembalinya konsumen.

3.4.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Angkringan Modern Playground Solo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen angkringan modern Playground Solo. Maka pada penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kelima yang menyatakan bahwa “Kualitas Peayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y)”.

Penelitian yang dilakukan Ridho (2012) tentang Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BNI Syariah, yang menunjukkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan yang baik tentu membuat konsumen langsung merasakan adanya kelayakan konsumen kepada angkringan modern. Maka dari itu kualitas pelayanan bisa secara langsung mempengaruhi loyalnya konsumen kepada angkringan modern.

3.4.7 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Angkringan Modern Playground Solo

Hasil menunjukkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen angkringan modern Solo. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan persepsi harga dapat meningkatkan loyalitas konsumen secara empiris tidak cukup bukti untuk diterima.

Hasil penelitian Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian yang dilakukan oleh Heesup Han dan Kisang Ryu (2009) tentang *The Roles of The Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in The Restaurant Industry*, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Harga yang di angkringan modern Playground Solo tidak berpengaruh terhadap konsumen, karena konsumen yang datang di angkringan modern Playground Solo datang tidak memperhatikan berapa harga yang di bandrol oleh angkringan modern Playground Solo. Adanya loyalitas yang ada pada diri konsumen tidak terlalu penting berapa besar yang harus dibayarkan konsumen agar mendapat apa yang mereka inginkan. Angkirngan modern

Playground Solo mendapat nilai positif dari apa yang dilakukan konsumen, karena konsumen tidak terlalu masalah dengan berapa harga yang di cantumkan oleh angkringan modern Playground Solo karena mereka nantinya akan tetap kembali melakukan pembelian ulang karena adanya rasa loyal dalam diri konsumen. Hasil ini mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Budiastari (2016) tentang *The Influence of Product Quality, Price Perception and Brand Image on Satisfaction and Customer Loyalty Holcim Concrete Readymix in Jakarta*, yang menyatakan bahwa persepsi harga tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

3.4.8 Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung lingkungan fisik terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen diperoleh dengan koefisien negatif. Dengan demikian, penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen tidak memediasi lingkungan fisik terhadap loyalitas konsumen.

Berbeda hasil penelitian yang dilakukan oleh Heesup Han dan Kisang Ryu (2009) tentang *The Roles of The Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in The Restaurant Industry*, hasil penelitian menyatakan bahwa kepuasan konsumen memediasi antara lingkungan fisik terhadap loyalitas konsumen.

Hal ini mengindikasikan bahwa baik atau buruknya lingkungan fisik tidak akan mempengaruhi loyalitas konsumen secara signifikan. Kemudian berdasarkan pengujian total pengaruh langsung lingkungan fisik terhadap loyalitas konsumen dijelaskan koefisien jalur dengan nilai 0,006 dan pengaruh lingkungan fisik terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dijelaskan oleh koefisien mediasi dengan nilai 0,00915. Dan berdasarkan *Sobel test*, diketahui bahwa koefisien mediasi tidak

signifikan dalam memediasi lingkungan fisik terhadap loyalitas konsumen. Hasil Ini mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Chang (2000) tentang *The Impact of Perceived Physical Environments on Customer Satisfaction and Return Intentions*, yang mengatakan kepuasan konsumen tidak dapat memediasi terhadap lingkungan fisik dan loyalitas konsumen.

Lingkungan fisik yang dirasakan sama saja di tingkat kepuasan di bandrol oleh angkringan modern Playground Solo, dan bukan merupakan yang mempengaruhi dalam loyalitas konsumen. Ini mungkin menjadi alasan untuk tidak loyal. Jika fasilitas dianggap sudah lengkap dan bagus, konsumen hanya butuh full up dari perusahaan, sehingga pendekatan yang dilakukan bisa menjadikan konsumen prioritas utama dalam menjaga loyalitas.

3.4.9 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen

Hasil pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen ditemukan signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel mediasi kepuasan konsumen memediasi antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung yang dilakukan oleh Kisang Ryu, Hye-Rin Lee dan Woo Gon Kim (2010) tentang *The Influence of The Quality of The Physical Environment, Food, and Service on The Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions*, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memediasi antara lingkungan fisik terhadap loyalitas konsumen.

Hal ini mengindikasikan bahwa munculnya rasa loyal oleh seorang konsumen terhadap suatu angkringan modern disebabkan adanya rasa puas yang dirasakan oleh konsumen dan kualitas pelayanan dari angkringan modern yang dinilai baik konsumen. Konsumen

yang puas terhadap kualitas pelayanan yang baik akan cenderung untuk datang kembali ke angkringan modern dan melakukan pembelian ulang di kemudian hari. Hal ini menjadi penting karena, apabila konsumen puas maka dengan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas antara konsumen dengan angkringan modern tersebut. Sehingga menciptakan loyalitas antara konsumen dengan angkringan modern untuk melakukan pembelian ulang tanpa pertimbangan terlebih dahulu.

3.4.10 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung persepsi harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen diperoleh dengan koefisien negatif. Dengan demikian, penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen tidak memediasi persepsi harga terhadap loyalitas konsumen.

Berbeda hasil penelitian yang dilakukan oleh Heesup Han dan Kisang Ryu (2009) tentang *The Roles of The Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in The Restaurant Industry*, hasil penelitian menyatakan bahwa kepuasan konsumen memediasi antara persepsi harga terhadap loyalitas konsumen.

Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi atau rendahnya persepsi harga tidak akan mempengaruhi loyalitas konsumen secara signifikan. Kemudian berdasarkan pengujian total pengaruh langsung persepsi harga terhadap loyalitas konsumen dijelaskan koefisien jalur dengan nilai -0,054 dan pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dijelaskan oleh koefisien mediasi dengan nilai 0,03416. Dan berdasarkan *Sobel test*, diketahui bahwa koefisien mediasi tidak signifikan dalam memediasi lingkungan fisik terhadap loyalitas konsumen.

Harga yang di angkringan modern Playground Solo tidak berpengaruh terhadap konsumen, karena konsumen yang datang di angkringan modern Playground Solo datang tidak memperhatikan berapa harga yang di bandrol oleh angkringan modern Playground Solo. Kepuasan konsumen tidak didasari hanya dengan harga yang ditetapkan oleh suatu angkringan modern. Konsumen akan rela membayar demi mendapatkan rasa puas yang diinginkannya. Adanya loyalitas yang ada pada diri konsumen tidak terlalu penting berapa besar yang harus dibayarkan konsumen agar mendapat apa yang mereka inginkan. Hasil mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Devi (2017) tentang *Perception Advertising, Perception of Price and Brand Image to Customer Satisfaction and its Impact on Customer Loyalty Product White Luwak Koffie*, yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen tidak dapat memediasi antara persepsi harga dan loyalitas konsumen.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Lingkungan fisik tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen.
3. Persepsi harga tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen.
4. Lingkungan fisik tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen.
6. Persepsi harga tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen.

7. Kepuasan konsumen berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen.
8. Lingkungan fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.
9. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui konsumen.
10. Persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

4.2 Saran

Saran-saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian diatas adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen yang datang ke angkringan modern Playground Solo adalah golongan usia anak-anak muda dan remaja. Untuk mempertahankan konsumen agar tetap loyal, perusahaan harus meningkatkan kepuasan konsumen khususnya bagi segmen usia muda. Atribut yang perlu ditingkatkan agar konsumen semakin mersa puas yaitu kualitas pelayanan dengan tetap menjaga ciri khasnya yaitu kreatif corner.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dalam konteks pemasaran melalui lingkungan fisik internal dan eksternal, persepsi harga. Peneliti hanya menggunakan satu variabel mediasi yaitu kepuasan konsumen. peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model dengan meneliti variabel mediasi lain.

4.3 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yang bisa menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, diantaranya:

1. Penelitian ini mengambil loyalitas konsumen terhadap angkringan modern Playground Solo dengan kriteria pernah datang dan melakukan pembelian di angkringan modern Playground Solo minimal 2 kali.

Akan tetapi konsumen cenderung datang dan melakukan pembelian di angkringan modern Playground Solo saja dan mencoba angkringan modern yang lain.

2. Dalam penyebaran kuisioner, hanya digunakan 100 sampel.

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, Imam. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Edisi 6. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Han, Heesup, and Kisang Ryu. (2009). "The Roles of The Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in The Restaurant Industry", *Journal of Hospitality and Tourism Research*, Vol. 33, No. 4, pp. 487-510.

Ryu, Kisang, and Heesup Han. (2010). "Influence of The Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurant: Moderating Role of Perceived Price", *Journal of Hospitality and Tourism Research*, Vol. 34, No. 3, pp. 310-329.

Ryu, Kisang, Hye-Rin Lee, and Woo Gon Kim. (2010). "The Influence of The Quality of The Physical Environment, Food, and Service on Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 24, No. 2, pp. 200-223.